

PATENT ABSTRACTS OF JAPAN

(11)Publication number : 2002-132971

(43)Date of publication of application : 10.05.2002

(51)Int.Cl.

G06F 17/60

(21)Application number : 2000-320341

(71)Applicant : ASAHI BANK RESEARCH INSTITUTE
CO LTD

(22)Date of filing : 20.10.2000

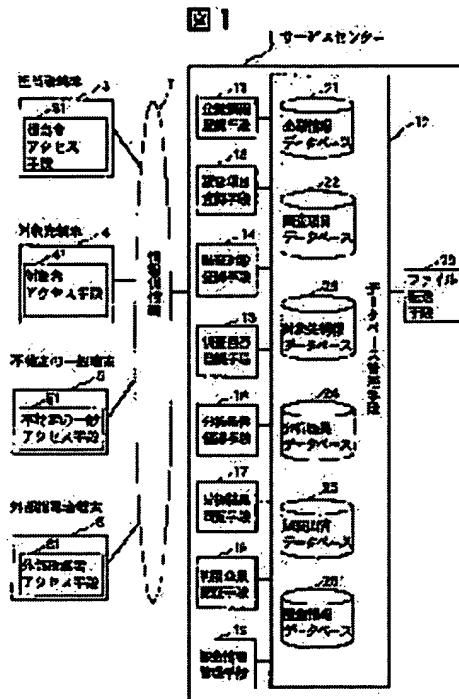
(72)Inventor : ASAHIRO TOMOHISA
TANIMOTO MITSUNORI

(54) MARKET RESEARCH SUPPORTING METHOD AND SYSTEM THEREOF

(57)Abstract:

PROBLEM TO BE SOLVED: To construct a mechanism for executing market research at a website on an information communication network and to consult regarding the market research on a utilizing company.

SOLUTION: A company information registration means 11 and a research item registration means 13 utilize the homepage of the Internet or the like, and register the various kinds of information regarding the execution of the market research from the terminal 3 of a person in charge in the utilizing company to a company information database 21, a research item database 22 and an object destination information database 23. The terminal 3 of the person in charge requests to research items to a research object destination (object destination database) registered beforehand or unspecified person, after the authentication procedure of a utilizing company authentication means 18 by a company ID or the like, gathers reply data and registers the result of analysis, based on analysis method registered by an analysis condition registration means 16 to an analyzed result database 24. The person in charge simulates the registered data by the analysis condition registration means 16 and an analyzed result browsing means 17 and obtains the result of the market research.



LEGAL STATUS

[Date of request for examination]

[Date of sending the examiner's decision of rejection]

[Kind of final disposal of application other than the examiner's decision of rejection or application converted registration]

BEST AVAILABLE COPY

[Date of final disposal for application]

[Patent number]

[Date of registration]

[Number of appeal against examiner's decision of
rejection]

[Date of requesting appeal against examiner's
decision of rejection]

[Date of extinction of right]

Copyright (C); 1998,2003 Japan Patent Office

(19) 日本国特許庁 (JP)

(12) 公開特許公報 (A)

(11)特許出願公開番号
特開2002-132971
(P2002-132971A)

(43)公開日 平成14年5月10日(2002.5.10)

(51) Int.Cl.
G 0 6 F 17/60

F I テーマコード(参考)
G 0 6 F 17/60 1 3 2 5 B 0 4 9
ZEC
1 7 0 A

審査請求 未請求 請求項の数 6 OL (全 12 頁)

(21)出願番号 特願2000-320341(P2000-320341)

(71) 出願人 500011780
株式会社 あさひ銀総合研究所
東京都中央区京橋1丁目3番1号

(72) 発明者 浅原 智久
東京都中央区京橋一丁目3番1号 株式会
社あさひ銀総合研究所内

(72) 発明者 谷本 光範
東京都中央区京橋一丁目3番1号 株式会
社あさひ銀総合研究所内

(74) 代理人 100093506
弁理士 小野寺 洋二 (外1名)

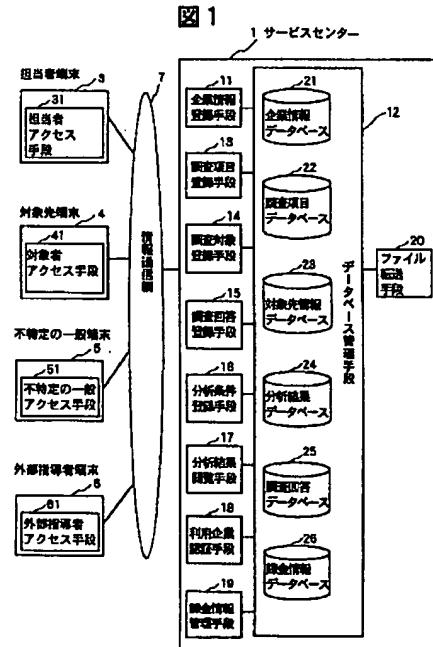
F ターム(参考) 5B049 C000 C002 DD01 EE00 GG00
GG09

(54) 【発明の名称】 市場調査支援方法およびそのシステム

(57) 【要約】

【課題】市場調査を実施する仕組みを情報通信網上のウェブサイトに構築し、利用企業の市場調査のコンサルティングを行う。

【解決手段】企業情報登録手段11ならびに調査項目登録手段13は、インターネットのホームページ等を利用し、利用企業の担当者端末3からの市場調査の実施に関する各種情報を企業情報データベース21、調査項目データベース22、対象先情報データベース23に登録する。担当者端末3は企業ID等による利用企業認証手段18の認証手続きを経た後、予め登録している調査対象先（対象先データベース）又は、不特定の人に対して、調査項目に対する回答の依頼をし、回答データを収集し、分析条件登録手段16によって登録された分析方法に基づいて分析した結果を分析結果データベース24に登録する。担当者は分析条件登録手段16ならびに分析結果閲覧手段17により登録されたデータのシミュレーションを行い、市場調査の結果を得る。



BEST AVAILABLE COPY

【特許請求の範囲】

【請求項1】市場調査の仕組みを構築したサービスセンターと、このサービスセンターを利用する利用企業の市場調査部門の担当者端末とを情報通信網で接続し、前記市場調査部門の担当者端末から前記情報通信網のホームページ等を利用して市場調査対象先に関する情報、調査項目、分析方法に関する情報をサービスセンターに登録し、前記サービスセンターは、登録された調査項目にしたがって、前記調査対象先に対して、ホームページ上で市場データを収集し、これを登録された前記分析方法によって分析し、分析結果をホームページ等を利用して前記利用企業の市場調査部門の担当者端末に提供することを特徴とする市場調査支援方法。

【請求項2】前記情報通信網に外部指導者端末を結び、前記サービスセンターのホームページ等を利用して前記利用企業の市場調査部門の担当者端末および前記サービスセンターに対して市場調査の実施に関する調査項目の登録、分析方法の登録、市場調査の仕組み及び調査結果に関する指導および助言を行うことを特徴とする請求項1記載の市場調査支援方法。

【請求項3】前記サービスセンターは所定の分析条件に基づいて前記利用企業の市場調査部門の担当者端末から登録された市場調査に関する各種情報を分析するシミュレーションを行うことを特徴とする請求項1または2記載の市場調査支援方法。

【請求項4】市場調査の仕組みを持つサービスセンターと、このサービスセンターの利用企業の市場調査部門の担当者端末および調査対象先となる対象先端末とを情報通信網で接続し、前記サービスセンターのホームページ上で前記利用企業の前記調査対象先の市場調査を前記サービスセンターに委託して処理する市場調査支援システムであって、

前記利用企業の市場調査部門は前記情報通信網で結んだ担当者端末を備え、

前記サービスセンターは、当該サービスセンターを利用しようとする企業の前記担当者端末に対して利用登録に必要な企業情報の入力を促し、入力された当該企業情報を登録する企業情報登録手段と、

前記利用企業の担当者端末から入力された市場調査のための調査項目となる所定の情報を登録する調査項目登録手段と、

市場調査の調査対象先の情報を登録する調査対象登録手段と、

市場調査の分析条件を登録する分析条件登録手段と、登録された前記調査項目を基に前記調査対象となる対象先端末に対して、所定のデータの入力を促して前記調査項目に対するデータを取得し、取得したデータを登録する分析条件登録手段と、

前記取得したデータを前記分析条件登録手段によって登

録された分析条件によって分析し、その分析結果を閲覧させる分析結果閲覧手段と、

登録または閲覧要求した前記利用企業の担当者端末、前記対象先端末を認証する利用企業認証手段と、

前記分析結果や参考資料のファイルを電子メール送信やファイル転送によって前記利用企業の担当者端末に転送するファイル転送手段と、

前記利用企業の担当者端末から収集した企業情報、調査項目及び対象先情報並びに、得られた分析結果に関する情報、利用に伴う課金情報、を格納するデータベースとを備えたことを特徴とする市場調査支援システム。

【請求項5】前記サービスセンターに、利用登録された利用企業に対してシステムの利用に関する課金情報を管理する課金情報管理手段を備えたことを特徴とする請求項4記載の市場調査支援システム。

【請求項6】前記サービスセンターのホームページを利用して前記利用企業の市場調査部門の担当者端末及び前記サービスセンターに対して市場調査の実施に関する各種情報の登録、市場調査の仕組みに関する指導および助言を行う外部指導者端末を接続可能としたことを特徴とする請求項4または5記載の市場調査支援システム。

【発明の詳細な説明】

【0001】

【発明の属する技術分野】本発明は、情報通信網を利用して製品やサービスなどの商品に関する市場調査を受託し実行する市場調査支援方法およびそのシステムに関する。

【0002】本発明は、特に市場調査支援の仕組みを持つウェブサイトを構築し、この仕組みを運用するサービスセンターをインターネット等の情報通信網上に公開し、当該サービスセンターのホームページ（ウェブサイトのサービス画面等）上で企業の市場調査部門の担当者が調査項目を登録し、市場調査を担当する担当者が登録した分析条件で調査対象先のデータを分析するとともに、必要に応じてコンサルタント等の外部の支援者が参考情報の提供や実際の分析結果を基に助言・指導を行うサービスを提供し、当該サービスの利用期間等に応じて課金が行われるようとした市場調査支援方法およびそのシステムに関する。

【0003】

【従来の技術】企業あるいは団体等の組織において、調査しようとする製品又はサービスなどの商品の市場における占有率などを調査する場合において、迅速、正確かつ低コストで効率を向上させることが、重要な事項となっている。従来は、このような調査を実施する場合において、当該調査の対象先に対して、アンケートの郵送、取引先での個別面接などによる方法をとっていた。

【0004】このような、アンケート、面接、取引先への訪問などで得た情報を回収後、結果を個別に集計してデータを解析している。

【0005】このような集計作業を電子情報組織（コンピュータシステム）で行うことは広く知られているが、コンピュータシステムによる作業は手計算による統計処理や人手による作業の調整処理を代替するという役割に止まっており、最終的な調査結果が決定するまでに膨大な作業と時間を要していた。

【0006】

【発明が解決しようとする課題】個別の企業や団体が市場調査の仕組みを独自に構築しようとしても、自企業等内に専門の人材がいないとか、外部指導者であるコンサルタントに指導や助言（コンサルティング）を依頼した場合には、コンサルタントの報酬、日当などの費用が発生するなどの理由から、特に中小企業においては、その仕組みの構築を実現すること自体に限界があった。

【0007】市場調査の仕組みを持つ企業においても、その実施に多くの時間と労力を必要とし、また、その仕組みの変更については、市場調査システムが大掛かりな仕組みであることが多いことから、効率のよい仕組みを作り上げるための方法変更の必要性は感じながらも、現状の仕組みの変更に躊躇するケースが殆どであった。

【0008】本発明の目的は、市場調査機能を持たない企業には簡単に構築できる市場調査の仕組みをインターネット等で代表される情報通信網を通して提供するとともに、既に仕組みを持っている企業においても実施に係る負荷を軽減して機動的に仕組みの変更を可能とした市場調査支援方法およびそのシステムを提供することにある。

【0009】これにより、市場調査を行おうとする企業等を増大せしめ、かつ効率的な実施が可能となりこれまで考えられないようなメリットを企業経営に具現化することができる。

【0010】

【課題を解決するための手段】上記目的を達成するため、本発明は、市場調査支援システムを実行するサービスセンターを運用するウェブサイトを構築して公開し、インターネット等の情報通信網を介して当該ウェブサイトのサービスセンターにアクセスして市場調査を実行する。

【0011】市場調査を希望する企業や団体等（以下、企業と称する）の担当部署（市場調査部門）は、その担当者端末からインターネットあるいは企業情報通信網、広域コンピュータネットワークなどの情報通信網（以下、インターネット等と称する）を介して、そのホームページ上から市場調査依頼を調査対象先に送付し、それを受領した調査対象先が、調査データの入力を行い、かつそのデータを自動的に収集して一定の設定条件のもとで集計する構成とした。

【0012】また、本発明は、市場調査を実施するベースとなる調査項目の設定や集計結果そのものについての助言や指導を行うコンサルティング機能をインターネット

ト等のホームページを通して提供する構成とした。

【0013】すなわち、本発明は、企業におけるマーケティング戦略の立案者及び市場調査の担当者といった利用企業内の利用者端末（担当者端末）との間をインターネット等で接続することに加えて、コンサルタントなどの外部指導者端末をインターネット等を介して接続する、所謂市場調査アウトソーシングシステムであり、インターネット等のホームページを用いて、顧客又は顧客となりうる企業又は個人に関する市場情報を収集する手段と、収集した情報を集計するに当たり分析条件を設定する手段と、前記設定に基づき集計する手段と、分析したデータをデータベースとして管理する手段と、分析結果に対する担当者端末などからの閲覧要求に対し、認証を基に、特定の分析結果に関するデータを閲覧させる手段と、これらの利用に対する課金情報を収集する手段等、を備えることを特徴とする。

【0014】本発明によれば、インターネット等を介して市場調査の仕組み構築の支援を行うとともに、利用企業等が効率的に自企業等内の担当者端末を連携し、データの収集及び分析作業を低負荷かつ短時間で行う構成とした点が従来のやり方とは異なる。特に、インターネット等のホームページを利用することにより、今後導入が急速に進むと見られるインターネット等のネットワーク常時接続のインフラを利用して低コストで顧客（契約企業等）又は広く一般からの市場調査に関するデータの収集と、収集データの効率的な集計作業を簡易に行うことができる。

【0015】また、個々の市場調査の実施に先立ち、当該市場調査の仕組みの構築に対する助言・指導ならびに分析結果をもとにした助言・指導を行うことにより、実効性のある市場調査の運営が可能になる。

【0016】

【発明の実施の形態】以下、本発明による市場調査支援方法およびそのシステムの実施の形態について、実施例の図面を参照して詳細に説明する。最初に、本発明の市場調査支援ウェブサイトが運用するサービスセンターを構成するシステムの一例とその動作例について説明する。なお、利用企業の各端末（担当者端末）や外部指導者端末等の間の接続は、企業内情報網や広域コンピュータネットワークからインターネット等を介してサービスセンターに接続しても、あるいは全ての端末の接続をインターネットでサービスセンターに接続するようにしてよく、以下の説明においては、インターネットと広域コンピュータネットワークは混在して用いる場合もある。

【0017】図1は本発明による市場調査支援方法を実行するサービスセンターのシステム構成例を説明する機能ブロック図である。図1において、市場調査支援ウェブサイトが運用するサービスセンター1は、企業情報登録手段11、データベース管理手段12、調査項目登録

手段13、調査対象登録手段14、調査回答登録手段15、分析条件登録手段16、分析結果閲覧手段17、利用企業認証手段18、課金情報管理手段19、企業情報データベース21、調査項目データベース22、対象先情報データベース23、分析結果データベース24、課金情報データベース25、およびファイル転送手段20で構成される。なお、図示しないが、このサービスセンターは、各種のデータ処理やネットワーク制御等を実行するための他の情報処理機能を有したサーバを構成する。

【0018】また、上記サービスセンター1を利用する企業の担当者端末3、市場調査の対象となる対象先端末4、およびコンサルタント等の外部指導者端末6はそれぞれ担当者アクセス手段31、対象先アクセス手段41、外部指導者アクセス手段61を持ち、インターネット等の情報通信網7を介してサービスセンター1にアクセスして接続可能に構成されている。

【0019】企業情報登録手段11は、これから利用しようとする企業の担当者端末3に対して利用登録に必要な企業情報を登録させる手段である。データベース管理手段12は担当者端末3から収集した企業情報や調査項目ならびに調査の対象先に関する情報（調査対象の企業あるいは個人の属性情報）、本システムの利用により分析した結果に関する情報、利用に伴う課金情報をデータベース21～25に蓄積し、管理する手段である。

【0020】調査項目登録手段13は、調査対象となる企業又は個人に対して質問する項目に関する情報を登録させる手段であり、当該調査の対象となる企業又は個人の情報である。これらの対象先（企業又は個人）に対して調査項目を提示し、対象先端末4に送信し、設問への入力を促すために、必要な情報を登録する手段である。

【0021】また、調査対象登録手段14は、対象先を限定せずに、ホームページとして公開し、広く一般から情報を集める方法をとる場合においては、対象先端末4の代わりに不特定の一般端末5に調査項目を提示し、設問への入力を促すために必要な情報を登録する。

【0022】調査回答登録手段15は、市場調査の対象先からの回答事項を調査回答データベース25に登録する。

【0023】分析条件登録手段16は、対象先端末4から登録されたデータの分析に際して、その分析条件の設定を登録する手段である。分析結果閲覧手段17は、分析された調査結果を担当者端末3からの閲覧要求に応じて分析結果を閲覧させる手段である。

【0024】利用企業認証手段18は利用企業の担当者端末3、対象先端末4（必要な場合）、外部指導者端末6からの調査項目登録手段13から分析結果閲覧手段17までに係る登録または閲覧要求に対し、利用者が所定の要件を満たすものであるかどうかを暗号情報等により認証する手段である。課金情報管理手段19は利用登録

された企業に対する課金情報を管理する手段である。

【0025】そして、ファイル転送手段20は分析結果や参考資料のファイルを電子メール送信やファイル転送によって所定の利用企業側の担当者端末に転送する手段である。

【0026】データベース管理手段12で管理される各データベースの機能および格納されるデータは次のとおりである。企業情報データベース21は、利用企業の担当者識別子（ID）、企業名、所在地等、本システムの

10 利用企業に関する情報を記憶する（格納する、以下同様）データベースである。調査項目データベース22は利用企業が調査を実施するに当たり、調査項目を記憶するデータベースであり、当該企業が独自に設定した調査項目を含む。対象先情報データベース23は、調査の対象となる企業又は個人に関する情報を記憶するとともに、これらのアクセスを管理するデータベースである。

【0027】分析結果データベース24は、特定の分析条件で集計した市場調査データを記憶するデータベースである。調査回答データベース25は対象先からの回答事項を記憶するデータベースである。課金情報データベース26は利用内容に応じて担当者に対する課金のための情報を記憶するデータベースである。

【0028】担当者端末3の担当者アクセス手段31は、サービスセンター1のホームページから、その企業情報登録手段11から分析結果閲覧手段17までのすべての登録ならびに閲覧手段にアクセスする手段である。同様に、対象先端末4に備える対象先アクセス手段41は、調査項目に対する回答のためにアクセスする手段である。

【0029】また、外部指導者端末6に備える外部指導者アクセス手段51は、サービスセンター1のホームページから、利用企業への助言ならびに指導を行うために当該サービスセンター1の企業情報登録手段11から分析結果閲覧手段17までのすべての登録ならびに閲覧手段にアクセスする手段である。外部指導者アクセス手段61はサービスセンターのホームページから当該サービスセンターに対して市場調査の実施に関する調査項目の登録、分析方法の登録、市場調査の仕組み及び調査結果に関する指導および助言を行うためのアクセス手段である。

【0030】次に、上記のように構成した市場調査支援システムの動作について説明する。図2は本発明による市場調査支援方法を運用する市場調査支援システムの動作概要の説明図、図3は利用企業の各担当者端末とサービスセンターの間における処理の流れの説明図である。以下では、本システムをインターネット71上のホームページ（HP）を利用して実現する場合について図1も参照して説明する。

【0031】図2および図3において、利用企業の担当者端末3のWWWブラウザ等の担当者アクセス手段31

0からサービスセンター1のホームページアドレス(UR L)を打ち込む(あるいは、画面上の該当アイコンを選択する)。サービスセンター1はWebエンジン等によりインターネット7上にホームページを立ちあげる。利用企業の担当者は担当者端末3のWWWブラウザ310等の担当者アクセス手段31(図1)により、サービスセンター1のホームページをインターネットとする図1の企業情報登録手段11にアクセスし、企業情報の登録を行う。

【0032】サービスセンター1の企業情報登録手段11は登録された企業情報を企業情報データベース21に格納し、これを管理する。利用企業の担当者は、その担当者端末3のWWWブラウザ310等の担当者アクセス手段31でサービスセンター1の調査項目登録手段13にアクセスし調査項目を登録する。調査項目登録手段13は調査項目のデータベース22に、調査項目に関する情報をを作成する。

【0033】また、同様に、利用企業の担当者は、サービスセンター1の調査対象登録手段14にアクセサし、調査の対象先を登録する。調査対象登録手段14は対象先データベース23に対象先に関する情報を作成する。

【0034】なお、対象先を限定しない場合は、対象先を登録する必要はない。担当者は電子メール等の手段により、対象先に回答の依頼を行う。また、調査対象先を広く一般に求める場合は、情報通信網7上の不特定のWWWブラウザ510を通して、一般から入力を促す。

【0035】依頼された対象先は、対象先端末4のWWWブラウザ410等の対象先アクセス手段41によりサービスセンター1のホームページをインターネットとする調査回答登録手段15にアクセスする。システムは、利用企業認証手段18において企業IDまたは対象先のパスワード等の登録企業認証情報により、対象先が正規に登録された先であることを認証した上で、入力を促すため画面を表示する。対象先は画面より入力する。

【0036】なお、一般から広く情報を収集する場合は、利用企業認証手段18において、対象先のパスワード等による認証は、実施せずに、誰もが自由のアクセスすることを可能にする。

【0037】担当者は自身の端末から、必要な調査データ(回答)が登録されたことを確認した上で、分析条件登録手段16にアクセスし分析条件の登録を行い、システムに対して調査データの集計を指示する。システムは、データベース管理手段12により関連するデータベースから必要な情報を収集し、データを集計して分析結果データベース24に格納する。担当者は、担当者端末3から必要であれば集計した分析結果を閲覧もしくはデータとして取り出すことができる。また、利用可能期間中であれば、データの再集計を指示することができる。

【0038】コンサルタント等の外部指導者は、外部指導者端末6のWWWブラウザ610等の外部指導者ア

セス手段51により、サービスセンター1のホームページをインターネットとする分析結果閲覧手段17にアクセスする。システムは、利用企業認証手段18において企業IDまたは担当者のパスワード等の登録企業認証情報により、外部指導者が正規に登録されたものであることを認証した上で、分析結果を閲覧させる。外部指導者は必要があれば、利用企業の担当者端末3に電子メール等で連絡をとり、調査項目の追加・削除や分析条件について助言ならびに指導を行う。

【0039】システムは課金情報管理手段19により、前記の作業に対応する課金処理のための課金情報を課金情報データベース26に記録する。また、サービスセンター1の運営者は、利用企業に対し課金情報データベース26に記録された課金情報に基づいて利用料金の請求を行い、利用企業は課金の支払いを行う。

【0040】なお、利用企業に対する課金は、アクセス時間に応じた時間制、登録データ量に応じた従量制または定額制など、任意の課金方式を採用可能であるが、利用企業が希望する分析結果を得るまでの機能を提供するという観点から、利用期間を限定した定額制が望ましい。この決済はネットワーク上の電子決済システムを利用できるが、他の既知の決済方法を用いてもよい。

【0041】図4～図8はサービスセンター1におけるデータベース管理手段12が管理する各データベースのファイル構造例の説明図である。図4は利用企業情報データベース、図5は調査項目データベース、図6は対象先情報データベース、図7は調査回答データベース、図8は分析結果データベース、図9は課金情報データベースのファイル構造を示す。

【0042】企業情報データベース21には、例えば図4に示すように、このシステムを利用する企業情報として、企業ID、企業名、住所、部署、調査担当者名、メールアドレス、調査担当者パスワード等が格納される。これらの企業情報は、図1の企業情報登録手段11により担当者端末3に送信される企業情報登録画面により登録されるものである。なお、企業IDは、利用企業からの最初のアクセス時に自動的に付与される利用企業の識別情報である。

【0043】調査項目データベース22には、例えば図5に示すように、調査項目入力画面で表示される調査項目として、企業ID、対象製品、調査項目が格納される。企業IDは、利用企業と調査項目を関連づけるために当該調査項目データベースに自動的に付与される。

【0044】対象先情報データベース23には、例えば図6に示すように、調査対象先に関する情報として、企業ID、回答企業名、回答者名、対象先を限定する場合にはその制御にも利用される。

【0045】調査回答データベース25には、図7に示すように企業名、回答者名、回答項目などを格納する。分析結果データベース24には、図8に示すように、利

用企業の一時的な分析結果を格納するデータベースとして、企業ID、題目、分析結果等の情報が格納される。

【0046】課金情報データベース26には、例えば図9に示すように、利用企業に関する課金情報として、利用開始日、課金情報等が格納される。

【0047】図10は担当者端末からサービスセンターに対する企業登録から調査データの集計までを一人で処理した場合の画面の流れを示すフローチャートである。まず、担当者端末3からサービスセンター1へ接続すると、サービスセンター1では担当者端末3へエントリー画面を送信する。エントリー画面は、利用企業が本システムを利用するため最初にメニューを表示する画面である。

【0048】担当者端末3はエントリー画面を受信し表示する(S-101)。既に企業登録が終わっている場合には、ログイン画面選択の指示情報を送信するが(S-102)、新規に利用する場合には、担当者は企業情報を登録する必要があるためにエントリー画面から企業情報登録メニューを選択して、企業情報登録メニュー選択の指示情報を送信する。

【0049】サービスセンター1は企業情報登録メニュー選択の指示情報を受信し、企業情報登録画面を送信する。企業情報登録画面は、企業名、住所、部署、調査担当者名、メールアドレス、調査担当者パスワード等を登録する画面である。

【0050】担当者端末3は企業情報登録画面を受信して表示し(S-103)、その企業情報登録画面により企業情報を入力し、入力した企業情報をサービスセンター1へ送信する。

【0051】サービスセンター1は企業情報を受信し、これを企業情報データベース21に格納し、登録確認メールを担当者宛てに送信する。登録確認メールは企業情報の受信およびその登録内容を担当者に通知するための電子メールである。

【0052】担当者端末3は登録確認メールを受信し企業情報登録を終了する。利用を開始する場合には、エントリー画面からログイン画面選択の指示情報を送信する。

【0053】サービスセンター1は、ログインメニュー選択の指示情報を受信し、ログイン画面を送信する。担当者端末3では、ログイン画面を受信し表示し(S-102)、利用企業認証情報を入力し、利用企業認証情報をサービスセンター1へ送信する。利用企業認証情報は、企業ID、担当者パスワード等の情報である。

【0054】サービスセンター1は、利用企業認証情報を受信し、これをもとに企業情報データベース21を検索して認証を行う。続いて、サービスセンター1は担当者端末3へメニュー画面を送信する。メニュー画面は、既に利用登録した企業が本システムを利用するための各メニューを表示する画面である。

【0055】担当者端末3はメニュー画面を受信し表示する(S-104)。ここで、資料ファイル等のダウンロードメニューを選択すると、ダウンロードの処理に入るが(S-106)、処理を続けるために担当者はメニュー画面から操作手順画面のメニュー項目を選択し、操作手順メニュー選択の指示情報を送信する。

【0056】サービスセンター1は操作手順メニュー選択の指示情報を受信し、操作手順画面を送信する。担当者端末3では送信された操作手順画面を受信し表示する(S-105)。次に、調査項目登録を選択し、調査項目登録メニュー選択の指示情報を送信する。

【0057】サービスセンター1は調査項目登録メニュー選択の指示情報を受信し、調査項目登録画面を送信する。

【0058】担当者端末3は調査項目登録画面を受信して表示し(S-107)、題目、項目などを入力して、サービスセンター1へ調査項目情報を送信する。

【0059】サービスセンター1は調査項目情報を受信し、これをもとに調査項目情報を調査項目データベース23に登録し、さらに、調査項目画面を送信する。次に、担当者は、操作手順画面から調査対象先登録を選択し、調査対象先登録メニュー選択の指示情報を送信する。サービスセンター1は調査対象先登録メニュー選択の指示情報を受信し、調査対象先登録登録画面を送信する(S-108)。

【0060】担当者端末3は、調査対象先登録画面を受信して表示し、企業名、担当者を入力してサービスセンター1に調査対象先情報を送信する。なお、調査対象先の担当者は既知の場合のみ入力する。サービスセンター1は調査対象先情報を受信し、これをもとに調査対象先情報を対象先データベース23に登録し、さらに、対象先画面を送信する。

【0061】担当者端末3では市場調査項目登録画面(S-107)と調査対象先登録画面(S-108)を受信し、その表示を確認したならば画面に用意されている調査回答依頼入力ボタンをクリックし、サービスセンター1に対して調査対象先の市場調査回答依頼を送信する。

【0062】サービスセンター1は、担当者端末3からの市場調査回答依頼指示を受信し、必要な調査項目を調査項目データベース22から検索し、調査回答画面を生成して対象先端末4へ送信する。

【0063】対象先端末4では調査回答登録画面を受信し表示する(S-109)。対象先は調査回答登録画面の該当するチェックボックスにマークし(チェックを入れ)、登録ボタンをクリックし、サービスセンター1へ回答データを送信する。

【0064】サービスセンター1は、対象先端末4からの回答データを受信し調査回答データベース25に格納する。必要な調査データがこの調査回答データベース2

5に登録されれば、回答登録の処理は終了する。

【0065】担当者端末3で、メニュー画面が表示されている状態(S-104)で、分析及び結果の閲覧画面を表示するためのボタンをクリックすると、分析条件登録画面の表示指示がサービスセンター1へ送信される。

【0066】サービスセンター1では、担当者端末3からの分析条件登録画面の表示指示を受信した場合、担当者登録確認画面(認証画面)を担当者端末3へ送信する。

【0067】担当端末3は、担当者登録確認画面を受信して表示し(S-110)、担当者パスワード等の認証データを入力して、サービスセンター1へ送信する。

【0068】サービスセンター1では上記認証データを受信し、これをもとに企業情報データベース21を検索して認証を行う。登録が認証された場合、サービスセンター1は担当者端末3へ分析条件登録画面を送信する。

【0069】担当者端末3では分析条件登録画面を受信し表示する(S-111)。担当者は担当者端末3からデータの分析を行う上で必要な条件設定を入力し、サービスセンター1へ分析条件を送信する。

【0070】サービスセンター1では担当者端末3からの上記条件設定を受信し、これをもとにデータベース管理手段12によりデータの集計処理を行い、分析結果一覧画面に分析結果を追加して担当者端末3へ送信する。

【0071】担当者端末3では分析結果一覧画面を受信し表示する(S-112)。担当者は担当者端末3に表示された該当する分析結果を選択し、サービスセンター1へ分析結果表示指示を送信する。

【0072】サービスセンター1では分析結果表示指示を受信し、これをもとに分析結果データベース24に対して検索を行い、分析結果表示画面を担当者端末3へ送信する。

【0073】担当者端末3は分析結果表示画面を受信し表示し(S-113)、その内容を閲覧して必要な判断を行い、終了する。

【0074】次に、本発明の具体的な適用例について説明する。以下では、主として中小企業を対象として大手インターネットプロバイダーから提供する簡易型サービスの一例を説明する。

【0075】市場調査を自社で持たない企業では、これを、所謂アウトソーシングし、かつ効率的に市場調査を行う仕組みをコンサルティング機能とともに提供されることで自社の企業活動の効率を向上することができる。

【0076】中小企業において、これから市場調査の仕組みを導入しようという企業や、既に従来型の市場調査を行っている企業で、かつ自社で情報通信網を構築する費用を貯えない企業が低成本で、短期間に市場調査の仕組みを導入する目的で、本システムを活用することが効果的である。

【0077】本発明は、インターネットを利用する環境

さえあれば、予め用意されたスキームに従い、不慣れな担当者一人でも、無理なく市場調査を実施することが可能となる。

【0078】大手のインターネットプロバイダーは、自社のサービスセンターにインターネットのポータルサイトを立ち上げている。本発明のシステムを利用しようとする場合、利用企業の担当者は上記プロバイダーのポータルサイトから本システムのホームページを通してサービスセンターにアクセスする。アクセスされたサービスセンターは、予め利用企業に付与したアクセス用IDとパスワードによりサービスセンターの正当なる利用者であることを認証した上で、前記した企業情報登録画面を利用企業の担当者に送信する。

【0079】図11は本発明の実施例における企業情報登録画面の一例の説明図である。利用企業の担当者は企業情報登録画面を開き、企業名、住所、担当者の部署ならびに氏名、電子メールアドレス、担当者のパスワード等の必要項目を登録する。この登録後、サービスセンターは担当者のメールアドレス宛に利用登録された旨とともに、自動的に付与した企業IDを通知する。

【0080】本システムは登録された情報に基づき利用企業に一定の利用料を課金する。この利用料は、利用頻度、登録する調査項目数、格納する分析結果データ数、等による従量制も採用できるが、本実施例では登録社員数ならびに期間を限定した定額制を採用する。すなわち、利用企業は登録後一定期間内でかつ一定の登録調査項目までであれば、希望する結果が得られるまで何度も分析作業を行うなど、比較的の自由にシステムを利用できる。

【0081】市場調査を実施する最初のステップは、調査の項目の登録である。調査項目の登録は、まず、利用企業の担当者はサービスセンターのホームページにアクセスし、ログインを行う。ログイン要求を受けたサービスセンターは入力された利用企業の企業IDと担当者パスワードにより、正当なる担当者であることを認証した上で、新規調査項目登録画面を担当者に送信する。

【0082】図12は市場調査の対象先登録画面の一例の説明図である。この対象先登録画面は、利用企業の担当者が市場調査を希望する企業名、回答者の氏名、回答者のメールアドレスの入力項目を有し、所与の項目を入力後、登録ボタンをクリックしてサービスセンターに送信する。回答者の氏名やそのメールアドレスは既知の場合に入力する。既知の場合とは事前に対象企業のデータベースを作成しておき、その中から特定の企業を選択する場合である。

【0083】同様に、利用企業の担当者は、調査の対象となる対象先を対象先登録画面にて入力する。担当者は、入力した後、登録ボタンをクリックし、サービスセンターに送信する。これらの対象先はサービスセンターの対象先情報データベース23(図1)に格納される。

【0084】図13は本発明の実施例における新規調査項目登録画面の一例の説明図である。利用企業の担当者は新規調査項目登録画面に調査の対象となる製品及び調査項目を入力する。利用企業の担当者は、題目(調査の題目、テーマ)、設問、および回答事項の全項目を入力した後、登録ボタンをクリックし、サービスセンターに送信する。これらの調査項目情報はサービスセンターの調査項目データベース22(図1)に格納される。

【0085】電子メール等により回答依頼を受けた対象先は、サービスセンターのホームページにアクセスし、ログインする。ログイン要求を受けたサービスセンターは利用企業の企業IDと対象先パスワードにより正当なる対象先であることを認証した上で、調査入力画面から入力する。

【0086】図14は本発明の実施例における調査回答登録画面の一例の説明図である。対象先は、調査入力画面にしたがって入力する。すべての入力を終えた後、登録ボタンをクリックしてデータをサービスセンターへ送信する。送信されたデータはサービスセンターの調査項目データベース(図1)に格納される。

【0087】利用企業の担当者は、入力されたデータの分析を行うためにサービスセンターのホームページにアクセスしログインを行う。ログイン要求を受けたサービスセンターは入力された利用企業の企業IDと担当者パスワードにより正当な担当者であることを認証した上で、分析条件登録画面を担当者に送信する。

【0088】担当者は分析条件登録画面に必要な条件を入力し、分析実行指示とともにサービスセンターに送信する。分析条件ならびに分析実行指示を受けたサービスセンターは分析処理を行い、その分析結果は分析結果データベース24に格納されるとともに現在格納されている分析結果の一覧を担当者に送信する。

【0089】分析結果の一覧から分析結果を選択してタイトル行(調査テーマ、題目、など)をクリックすると、該当する分析結果がサービスセンターから担当者に送信される。分析結果は部署別、個人別、職種別などの分類にて表示される。図15に本発明の実施例における分析結果の一例を示す。

【0090】利用企業が市場調査実施に当たって指導、助言を必要とする場合には、利用企業は企業IDと担当者パスワードをコンサルタントなどの外部の指導者端末に通知する。外部の指導者は外部指導者端末からサービスセンターのホームページにアクセスし、市場調査の実施に関する情報を取得するとともに必要があれば分析処理を代行することも可能である。

【0091】以上の実施例で明らかなように、これから市場調査の仕組みを導入しようとする企業にとって、本システムを利用することにより当該仕組みの大枠が求め用意されていることから、短期間かつ低コストで市場調査の仕組みを構築することができる。

【0092】また、既に市場調査を実施している企業にとっては、情報通信網を利用することにより、作業が電子データ化されることで情報伝達がスピードアップされるとともに、既存のデータをそのまま利用して分析処理を行うことが可能であることから、実施にかかる時間の短縮化が期待できる。さらに、多くの企業がシステムの根幹をアウトソーシングして共同利用することによる運営コストの低減化が計られるという利点もある。

【0093】一方、助言や指導する立場から見れば、その都度顧客企業に赴く必要がなくなり、情報通信網を利用した市場調査の仕組みや、その構築、実施にかかる助言、指導を行うことができるため業務が効率化される。こうした効率化の効果はコンサルタント報酬の低減を通じて最終的には利用企業に還元されることになる。

【0094】本発明は、上記実施例で説明した中小企業のみに限らず、市場調査に自社の考え方をより多く取込みたいとする比較的規模の大きい企業でも、そのシステムの構築における設計の自由度を増した対応が可能である上、情報通信網についても、インターネット等のオーブンなものだけでなく、企業独自の情報通信網を利用できることから、あらゆる業種ならびに企業規模の大小にかかわらずに適用でき、新しいビジネス形態を生み出す可能性も提供できる。

【0095】

【発明の効果】以上説明したように、本発明によれば、市場調査を実施する手段を情報通信網に構築し、市場調査に係る担当者、調査対象先を効率的に連携するシステムを提供するとともに、当該システムを通じた助言や指導により利用企業が独自の考え方や枠組みを構築するためのコンサルティングを行うことができる。また、本発明によれば、市場調査機能を持たない企業には簡単に構築できる市場調査の仕組みを情報通信網を通して提供するとともに、既に仕組みを持っている企業においても自社の市場調査の仕組みを実施する際の負荷を軽減して機動的に仕組みの変更を可能とした市場調査支援方法およびそのシステムを提供することができる。

【図面の簡単な説明】

【図1】本発明による市場調査支援方法を運用するシステムの構成例を説明する機能ブロック図である。

【図2】本発明による市場調査支援方法を運用するシステムの動作概要の説明図である。

【図3】本発明による市場調査支援方法を運用するシステムの利用企業の各端末とサービスセンターの間における処理の流れの説明図である。

【図4】本発明による市場調査支援方法を運用するシステムのサービスセンターにおけるデータベース管理手段が管理する利用企業情報データベース構造例の説明図である。

【図5】本発明による市場調査支援方法を運用するシステムのサービスセンターにおけるデータベース管理手段

50

が管理する調査項目データベース構造例の説明図である。

【図6】本発明による市場調査支援方法を運用するシステムのサービスセンターにおけるデータベース管理手段が管理する対象先データベース構造例の説明図である。

【図7】本発明による市場調査支援方法を運用するシステムのサービスセンターにおけるデータベース管理手段が管理する調査回答データベース構造例の説明図である。

【図8】本発明による市場調査支援方法を運用するシステムのサービスセンターにおけるデータベース管理手段が管理する分析結果データベース構造例の説明図である。

【図9】本発明による市場調査支援方法を運用するシステムのサービスセンターにおけるデータベース管理手段が管理する課金情報データベース構造例の説明図である。

【図10】担当者端末からサービスセンターに対し企業登録から調査データの集計までを一人で処理した場合の画面の流れを示すフローチャートである。

【図11】本発明の実施例における企業情報登録画面の一例の説明図である。

【図12】本発明の実施例における調査対象先登録画面の一例の説明図である。

【図13】本発明の実施例における調査項目情報画面の一例の説明図である。

【図14】本発明の実施例における調査回答登録画面の一例の説明図である。

【図15】本発明の実施例におけるデータ分析結果の一*

* 例の説明図である。

【符号の説明】

1	市場調査ウェブサイトであるサービスセンター
1 1	企業情報登録手段
1 2	データベース管理手段
1 3	調査項目登録手段
1 4	調査対象登録手段
1 5	調査回答登録手段
1 6	分析条件登録手段
1 7	分析結果閲覧手段
1 8	利用企業認証手段
1 9	課金情報管理手段
2 1	企業情報データベース
2 2	調査項目データベース
2 3	対象先情報データベース
2 4	分析結果データベース
2 5	調査回答データベース
2 6	課金情報データベース
2 7	ファイル転送手段
2 8	担当者端末
3 1	担当者アクセス手段
4	対象先端末
4 1	対象先アクセス手段
5	不特定の一般端末
5 1	不特定の一般アクセス手段
6	コンサルタント等の外部指導者端末
6 1	外部指導者アクセス手段
7	情報通信網
7 1	インターネット。

【図4】

企業ID	2 1
企業名	
住所	
部署	
調査担当者名	
メールアドレス	
調査担当者パスワード	

【図5】

調査項目ID	2 2
項目	
調査項目1	
調査項目2	
調査項目3	

【図6】

企業ID	2 3
回答企業名	
回答者名	
メールアドレス	

【図7】

回答項目ID	2 5
企業名	
回答者名	
回答項目1	
回答項目2	

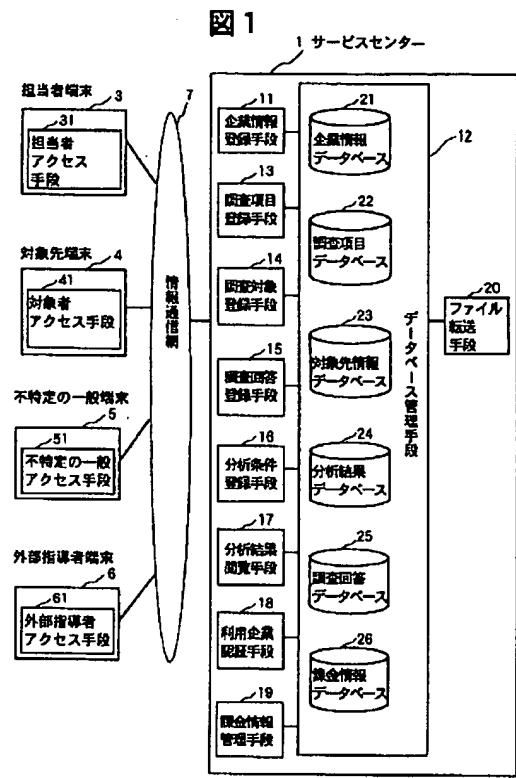
【図9】

企業ID	2 6
課金情報	
利用開始日	

【図8】

企業ID	2 4
項目	
分析結果	

【図1】



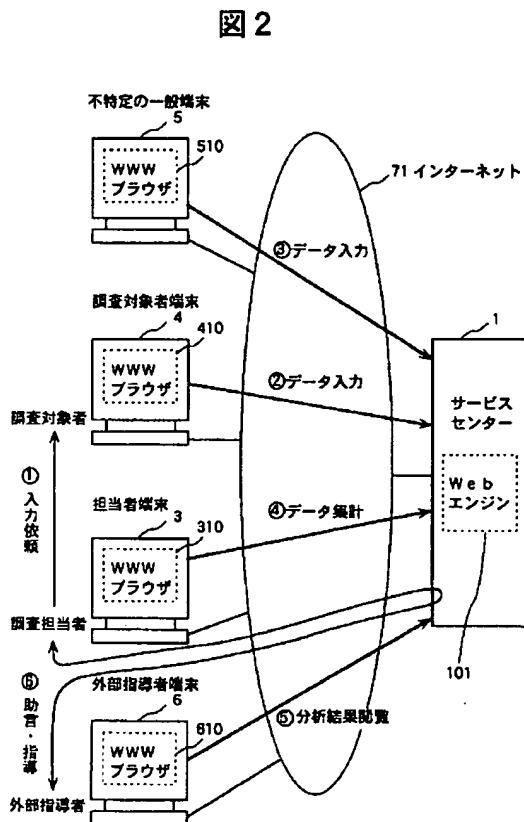
【図11】

図11
企業情報登録画面の例

企業名	株式会社〇〇商会
住所	東京都〇〇区〇〇町X-X-X
部署	市場調査部
担当者氏名	〇〇 〇〇
TEL	XX-XXXX-XXXX
FAX	XX-XXXX-XXXX
電子メールアドレス	xxxxxx@xxxx.co.jp
担当者パスワード	123xyzxyz

登録する 登録を取り消す

【図2】



【図12】

図12
対象先登録画面の例

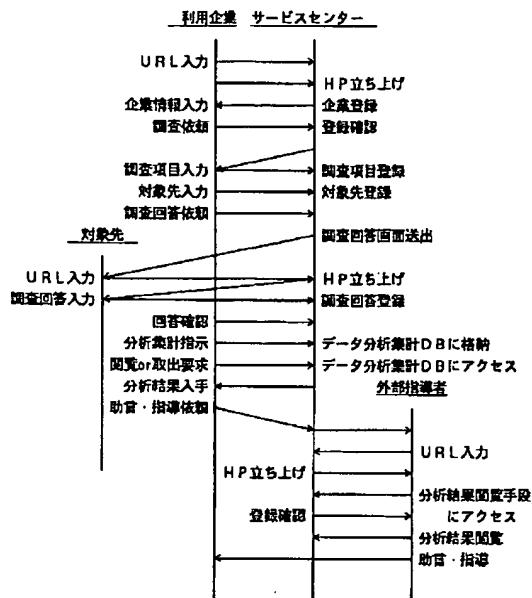
企業名	〇〇 〇〇
フリガナ	XXXX XXXX
回答者	氏名
回答者メールアドレス	

登録する 登録を取り消す

BEST AVAILABLE COPY

【図3】

図3



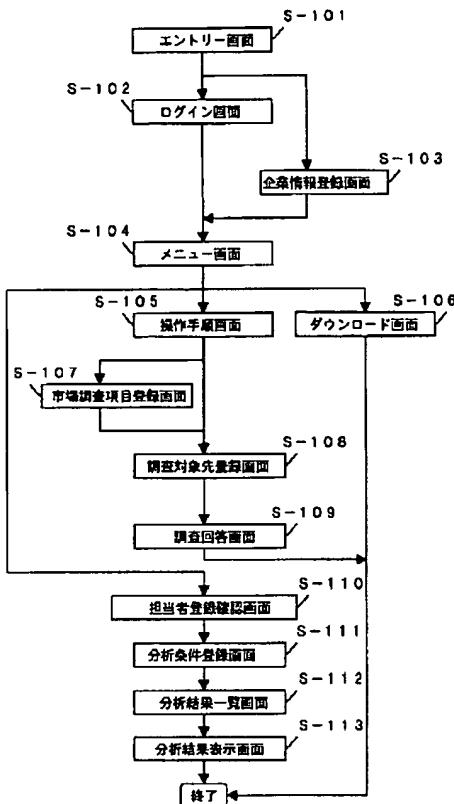
【図13】

図13 調査項目入力画面の例

【図10】

図10

処理画面の流れ例



【図14】

図14 調査回答登録画面の例

項目:	回答項目
設問1	設問1に対する回答1
	設問1に対する回答2
	設問1に対する回答3
	設問1に対する回答4
	設問1に対する回答5
設問2	設問1に対する回答1
	設問1に対する回答2
	設問1に対する回答3
	設問1に対する回答4
	設問1に対する回答5
設問3	

項目:			回答				
項目	企業名	メールアドレス	回答状況	設問1	設問2	設問3	設問4
○○ ○○○	○○○会社	tooji@niki.or.jp	回答済	2	3	1	2
△△ △○○	△○○会社	tooji@niki.or.jp	回答済	2	3	1	2
▲▲ ▲△○	△○○会社	tooji@niki.or.jp	回答済	2	3	1	2
□□ □○○	○○会社	【考課点入力】	未回答	—	—	—	—
■■ ■■○	○○会社	【考課点入力】	未回答	—	—	—	—
×× ××△	△○会社	【考課点入力】	回答済	2	3	1	2
●● ●●□	□○会社	【考課点入力】	回答済	2	3	1	2

回答企業名 :	回答者 :
調査項目	
設問1 現在貴社で使用するパソコン	1. A社製のパソコンを主に使用している。 <input type="checkbox"/>
	2. B社製のパソコンを主に使用している。 <input type="checkbox"/>
	3. C社製のパソコンを主に使用している。 <input type="checkbox"/>
	4. その他のパソコンを主に使用している。 <input type="checkbox"/>
設問2 使用しているパソコンの主たる用途 (複数回答)	1. 経理業務に使用している。 <input type="checkbox"/>
	2. 販売管理業務に使用している <input type="checkbox"/>
	3. CADとして使用している。 <input type="checkbox"/>
	4. その他の用途に使用している。 <input type="checkbox"/>
設問3 今年度の購入予定	1. 購入する予定がある。 <input type="checkbox"/>
	2. 購入する予定がない。 <input type="checkbox"/>
	3. どちらともいえない。 <input type="checkbox"/>
<input type="button" value="登録する"/> <input type="button" value="登録を取り消す"/>	

BEST AVAILABLE COPY

【図15】

図15 データ分析画面の例

題目:パソコン市場調査結果					
調査項目		集計結果			
設問1	使用機種	A社製	B社製	C社製	その他
回答1	件 (%)	40 (50%)	20(25%)	4(5%)	16(20%)
設問2	使用用途	経理処理	販売管理	CAD	その他
回答2	件 (%)	44 (55%)	16(20%)	4(5%)	16(20%)
設問3	購入予定	あり	なし	その他	
回答3	件 (%)	48 (60%)	20(25%)	8(10%)	